

AÑO:	2024
------	------

1- Datos de la asignatura

Nombre	Logística y Distribución
--------	--------------------------

Código	1086
--------	------

Tipo (Marque con una X)

Obligatoria	<input checked="" type="checkbox"/>
Optativa	<input type="checkbox"/>

Nivel (Marque con una X)

Pre-Grado	<input checked="" type="checkbox"/>
Post-Grado	<input type="checkbox"/>

Área curricular a la que pertenece	Administración
------------------------------------	----------------

Departamento	Administración
--------------	----------------

Carrera/s	Tecnicatura Universitaria en Comercialización.
-----------	--

Ciclo o año de ubicación en la carrera/s	Tercer Año
--	------------

Carga horaria asignada en el Plan de Estudios:

Total	64
Semanal	04

Distribución de la carga horaria (semanal) presencial de los alumnos:

Teóricas	Prácticas	Teórico - prácticas
		04

Relación docente - alumnos:

Cantidad estimada de alumnos inscriptos	Cantidad de docentes		Cantidad de comisiones		
	Profesores	Auxiliares	Teóricas	Prácticas	Teórico-Prácticas
	01	01			01

2- **Composición del equipo docente** (Ver instructivo):

Nº	Nombre y Apellido	Título/s
1.	Dimarco, Darío Maximiliano	Licenciado en Comercialización
2.	Gordóbil, Clara	Licenciada en Administración

Nº	Cargo								Dedicación			Carácter			Cantidad de horas semanales dedicadas a: (*)				
	T	As	Adj	JTP	A1	A2	Ad	Bec	E	P	S	Reg.	Int.	Otros	Docencia		Investig.	Ext.	Gest.
															Frente a alumnos	Totales			
1.			x								x		x		04	10			
2.					x						x			x	04	10			

(*) la suma de las horas Totale + Investig. + Ext. + Gest. no puede superar la asignación horaria del cargo docente.

3- Plan de trabajo del equipo docente

1. Objetivos de la asignatura.

1. Comprender el concepto y funcionamiento de los canales de distribución.
2. Identificar herramientas para el diseño de políticas de distribución estratégica de productos y servicios.

2. Enunciación de la totalidad de los contenidos a desarrollar en la asignatura.

CONTENIDOS MÍNIMOS: Decisiones de distribución comercial. Canales de distribución: Concepto y enfoques. La organización del canal y las relaciones de poder en los canales. La distribución física. Elementos del sistema logístico: variables relevantes. Gestión de sistemas logísticos: elementos y variables. Política de distribución: optimización, eficacia y costo. Niveles de cobertura de la distribución. Distribución y factores competitivos.

UNIDAD I: DISTRIBUCIÓN Y CADENA DE VALOR

Los canales de distribución y la cadena de valor. Decisiones sobre la administración del canal. Integración y sistemas del canal. Conflictos, cooperación y competencia.

Bibliografía:

- Ballou, Ronald H. Logística. Administración de la cadena de suministro. Cap. 1. 5ª ed. México: Pearson Educación, 2004. ISBN: 970-26-0540-7.
- Kotler, Philip y Kevin Lane Keller. Dirección de Marketing. Cap. 15. México: Pearson Educación, 2006. ISBN: 970-26-0763-9

UNIDAD II: CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Conceptos generales: definición, gestión estratégica de los canales. Canales de distribución y distribución física o logística. El entorno actual de los canales. Funciones, flujos y niveles en los canales. Análisis de las estructuras y sistemas. Influencia del nivel de servicio en la estructura del canal. Canales de distribución como sistemas sociales. Franquicias. Factores competitivos.

Bibliografía:

- Kotler, Philip y Kevin Lane Keller. Dirección de Marketing. Cap. 16. México: Pearson Educación, 2006. ISBN: 970-26-0763-9
- Lambin, Jean Jacques. Marketing estratégico. Cap. 11. 3ª ed. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana, 1995. ISBN: 2-84074-103-2.
- Paz, Hugo Rodolfo. Canales de distribución: Gestión comercial y logística. Cap. 1 y 2. 3ª ed. Buenos Aires: Lectorum-Ugerman, 2008. ISBN 978-987-1547-01-2.

UNIDAD III: LA INTERMEDIACIÓN, DISEÑO Y GESTIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCION

Motivos de participación de intermediarios. Los intermediarios detallistas y mayoristas. Decisiones para el diseño del canal. Determinación de las configuraciones del canal: niveles, cobertura, sistemas, intermediarios, restricciones. Motivación y decisiones políticas con miembros del canal. Políticas de producto, precio y promoción. Desarrollo de precios y significación de márgenes de distribución.

Bibliografía:

- Paz, Hugo Rodolfo. Canales de distribución: Gestión comercial y logística. Cap. 3, 4 5 y 6. 3a ed. Buenos Aires: Lectorum-Ugerman, 2008. ISBN 978-987-1547-01-2.
- Velázquez Velázquez, Elizabeth. Canales de distribución y logística. Cap. 3. 1a ed. México: Red Tercer Milenio S.C., 2012. ISBN 978-607-733-121-6.

UNIDAD IV: PUNTOS DE VENTA

Conceptos generales. Evolución del merchandising. Conducta de compra del buyer. Gestión de surtido. Localización. Diseño del establecimiento. La gestión del lineal. La animación del punto de venta. Estudio de casos plataformas e-commerce.

Bibliografía:

- Paz, Hugo Rodolfo. Canales de distribución: Gestión comercial y logística. Cap. 5. 3a ed. Buenos Aires: Lectorum-Ugerman, 2008. ISBN 978-987-1547-01-2.
- Paz, Hugo Rodolfo. Canales de distribución: Estrategia y logística comercial. Cap. 6. 2a ed. Buenos Aires: Ugerman Editor, 2000. ISBN 987-7365-3-2.

UNIDAD V: ADMINISTRACIÓN LOGÍSTICA EN LA DISTRIBUCIÓN

El rol de la logística en la economía. La necesidad de integración y los costos logísticos. Actividades del management de la logística empresarial. Estrategia y planeamiento logístico. Relación entre costos logísticos y servicio al cliente. Supply Chain Management. Outsourcing: niveles de prestación de servicios.

Bibliografía:

- Paz, Hugo Rodolfo. Canales de distribución: Gestión comercial y logística. Cap. 7. 3a ed. Buenos Aires: Lectorum-Ugerman, 2008. ISBN 978-987-1547-01-2.
- Lambin, Jean Jacques. Marketing estratégico. Cap. 11. 3ª ed. Madrid: : McGraw-Hill/Interamericana, 1995 . ISBN:2-84074-103-2.

UNIDAD VI: GESTIÓN DE INVENTARIOS

Costos de inventario. Administración de inventarios. Modelos determinísticos de inventario. Punto de reorden y tiempo de demora. Punto de reorden y Q de seguridad. Modelo de CEP con agotamientos aceptados. Modelo de lote óptimo de producción. Sistemas Planificación de Requerimientos de Materiales (MRP) y Justo a tiempo (JIT). Rotación y rentabilidad sobre inventarios.

Bibliografía:

- Paz, Hugo Rodolfo. Canales de distribución: Gestión comercial y logística. Cap. 8. 3a ed. Buenos Aires: Lectorum-Ugerman, 2008. ISBN 978-987-1547-01-2.
- Krajewski, Lee; Ritzman, Larry y Malhotra, Manoj. Administración de operaciones. Cap. 9 y 15. 8a ed. México: Pearson Educación, 2008. ISBN: 978-970-26-1217-9.

UNIDAD VII: TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y PROCESAMIENTO DE PEDIDOS

El transporte. Medios de transporte. Tarifas de transporte El transporte Carretero. Transporte multimodal. Almacenamiento Formas de gestión del almacenamiento. Funciones del Sistema de Almacenamiento. Consideraciones sobre el manejo de materiales. Procesamiento de pedidos.

Bibliografía:

- Paz, Hugo Rodolfo. Canales de distribución: Gestión comercial y logística. Cap. 9. 3a ed. Buenos Aires: Lectorum-Ugerman, 2008. ISBN 978-987-1547-01-2.
- Velázquez Velázquez, Elizabeth. Canales de distribución y logística. Cap. 2. 1a ed. México: Red Tercer Milenio S.C., 2012. ISBN 978-607-733-121-6.

3. Bibliografía (básica y complementaria).

BÁSICA:

- Ballou, Ronald H. Logística. Administración de la cadena de suministro. 5ª ed. México: Pearson Educación, 2004. ISBN: 970-26-0540-7.
- Kotler, Philip y Kevin Lane Keller. Dirección de Marketing. México: Pearson Educación, 2006. ISBN: 970-26-0763-9
- Krajewski, Lee; Ritzman, Larry y Malhotra, Manoj. Administración de operaciones. 8a ed. México: Pearson Educación, 2008. ISBN: 978-970-26-1217-9.
- Lambin, Jean Jacques. Marketing estratégico. 3ª ed. Madrid: : McGraw-Hill/Interamericana, 1995 . ISBN:2-84074-103-2.
- Paz, Hugo Rodolfo. Canales de distribución: Estrategia y logística comercial. 2a ed. Buenos Aires: Ugerman Editor, 2000. ISBN 987-7365-3-2.

- Paz, Hugo Rodolfo. Canales de distribución: Gestión comercial y logística. 3a ed. Buenos Aires: Lectorum-Ugerman, 2008. ISBN 978-987-1547-01-2.
- Velázquez Velázquez, Elizabeth. Canales de distribución y logística. 1a ed. México: Red Tercer Milenio S.C., 2012. ISBN 978-607-733-121-6.

COMPLEMENTARIA:

- Anderson, Dennis J. Sweeney y Thomas A. Williams. Estadística para negocios y economía. 11a ed. México: Cengage Learning, 2012. ISBN 9786074816419.
- Chopra, Sunil y Meindl, Peter. Administración de la cadena de suministro. Estrategia, planeación y operación. 3a ed. México: Pearson Educación, 2008. ISBN: 978-970-26-1192-9.
- Díez de Castro, Enrique. Distribución Comercial. México: Mc Graw Hill, 2008. ISBN: 9788448140748.
- Jacobs, F. Robert y Chase, Richard B. Administración de operaciones. Producción y cadena de suministros. 13a ed. México: McGraw-Hill/Interamericana, 2014 . ISBN: 978-607-15-1004-4.
- Kotler, Philip y Gary Armstrong. Fundamentos de marketing. 8a ed. México: Pearson Educación, 2008. ISBN: 978-970-26-1186-8.
- Render, Barry. Principios de administración de operaciones. 7ª ed. México: Pearson Educación, 2009. ISBN: 987-97365-3-2.

4- Descripción de Actividades de aprendizaje.

Para la adquisición de conocimientos y habilidades por parte del alumno se realizarán las siguientes actividades:

- Resolución de problemas: Mediante el abordaje de casos de estudios de situaciones reales de empresas, los estudiantes deberán tomar decisiones para el cumplimiento de los objetivos propuestos para cada caso. Deberán reconocer y plantear situaciones problemáticas, analizar estrategias para resolverlos, tomar decisiones y analizar los posibles resultados.
- Resolución de guías de trabajo práctico: Los estudiantes en base a lectura previa y asistencia a clases teóricas resolverán en grupos trabajos prácticos para reforzar, relacionar y profundizar los contenidos abordados. Se desarrollan durante las clases prácticas y para su corrección se realizarán actividades de “Puestas en Común” por parte de los grupos.

5- Cronograma de contenidos, actividades y evaluaciones.

SEMANA	FECHA	TEÓRICO / PRÁCTICA
1	25/03	PRESENTACIÓN
	28/03	FERIADO
2	01/04	FERIADO
	04/04	UNIDAD I
3	08/04	UNIDAD I
	11/04	UNIDAD II
4	15/04	UNIDAD II
	18/04	UNIDAD III
5	22/04	UNIDAD III
	25/04	UNIDAD IV
6	29/04	UNIDAD IV
	02/05	UNIDAD V
7	06/05	UNIDAD V
	09/05	TRABAJO INTEGRADOR
8	13/05	CLASE DE CONSULTA
	16/05	1° PARCIAL
9	20/05	UNIDAD VI
	23/05	FERIADO
10	27/05	MUESTRA Y ENTREGA DEL 1° PARCIAL
	30/05	UNIDAD VI
11	03/06	CLASE DE CONSULTAS TRABAJO PRÁCTICO
	06/06	1° RECUPERATORIO
12	10/06	UNIDAD VI
	13/06	UNIDAD VII
13	17/06	CLASE DE CONSULTA
	20/06	FERIADO
14	24/06	2° PARCIAL
	27/06	UNIDAD VII
15	01/07	CONSULTAS TRABAJO INTEGRADOR
	04/07	MUESTRA Y ENTREGA DE PARCIALES
16	08/07	2° RECUPERATORIO
	11/07	ENTREGA DE TRABAJO PRACTICO INTEGRADOR

6- Procesos de intervención pedagógica.

Las modalidades de intervención pedagógica que se utilizarán son:

- Clase magistral
- Sesiones de discusión
- Taller- Grupo operativo
- Estudio de casos

Las clases magistrales pretenden ser un espacio interactivo donde el profesor expondrá los principales conceptos teóricos, articulando contenidos y relacionándolos con su aplicación práctica.

Las sesiones de discusión se realizarán con el objetivo de profundizar alguna temática y para facilitar el intercambio de puntos de vista tanto de los conceptos teóricos como los casos de estudio y trabajos prácticos.

Los grupos operativos se desarrollarán mediante la realización de Guías de Trabajo Práctico para que el alumno aprenda y resuelva problemas articulando la teoría y práctica de determinadas temáticas. Los estudiantes concurrirán a los mismos con previa lectura del material bibliográfico indicado.

Los estudios de casos se realizarán en base a empresas reales con el objetivo de facilitar a los alumnos vivir situaciones similares a las que podrían obtenerse en situaciones reales, a fin de brindarles posibilidades concretas de integrar teoría y práctica y capacidad de interpretación y de actuación ante circunstancias diversas.

La modalidad de cursada será:

- **Presencial.**

7- Evaluación

a- Requisitos de aprobación:

De acuerdo al Régimen de Enseñanza se tomarán dos exámenes parciales escritos individuales de los temas trabajados en las clases teóricas - prácticas y sus respectivos recuperatorios.

Se desarrollará una actividad pedagógica integradora, en relación al análisis de los canales de distribución de una organización (real o ficticia). La actividad es grupal, con instancias de seguimiento y tutoría, siendo posible ir haciendo las correcciones necesarias en cada instancia y culminará con la presentación de forma escrita y oral de la actividad realizada.

El estudiante para aprobar la materia deberá alcanzar una nota de 4 o más puntos en cada examen parcial y/o su correspondiente recuperatorio.

Promocionará el alumno que haya aprobado cada examen parcial y/o su correspondiente recuperatorio logrando una nota de seis (6) o más puntos en promedio, así como también en el trabajo integrador.

Para acceder a la instancia del examen habilitante se deberá tener un examen parcial y/o su correspondiente recuperatorio aprobado con 4 (cuatro) o más puntos. Los estudiantes que deban rendir examen habilitante, podrán hacerlo en la primera fecha de examen final prevista para la asignatura. Será escrito y sobre los contenidos no aprobados durante la cursada de la asignatura, agrupados en un primer o segundo parcial.

Es requisito para promocionar cumplir con una asistencia mínima a las clases teóricas - prácticas del 60%, respetando esta proporción en ambos bimestres.

El examen final se tomará en las fechas de exámenes regulares, en forma oral.

De acuerdo a la ordenanza 1560/11, el estudiante que apruebe el examen habilitante tendrá derecho a rendir examen final en tres oportunidades.

b- Criterios de evaluación:

Se considerará para la evaluación de las actividades de aprendizaje realizadas en las clases y para las evaluaciones parciales y finales la profundización y pertinencia en el desarrollo de los contenidos y la articulación entre los mismos y su aplicación práctica.

Los trabajos integradores consistirán en el análisis de casos de empresas del ámbito local y nacional, debidamente seleccionadas. Se desarrollarán en forma grupal (no más de 5 alumnos) y los alumnos tendrán que exponer el caso y las posibles soluciones a los problemas detectados.

8- Asignación y distribución de tareas de cada uno de los integrantes del equipo docente.

La asignatura posee dos docentes, un Adjunto y un ayudante.

El adjunto cumple con las siguientes funciones:

- Elaboración del Plan de Trabajo Docente.
- Dictado de clases teóricas y prácticas.
- Elaboración y diseño de actividades pedagógicas y exámenes parciales y recuperatorios.
- Elaboración de Guías de trabajo práctico y Casos de estudio.
- Selección y actualización bibliográfica.
- Corrección de exámenes y trabajos integradores.
- Monitoreo del proceso de aprendizaje.
- Cierre de notas.

El ayudante realiza las siguientes funciones:

- Dictado de prácticas.
- Evaluación de trabajos prácticos.
- Elaboración y actualización de guías de trabajos prácticos.
- Administrador del campus virtual.
- Control de asistencia de los alumnos.